

VIDEO BLOG SEBAGAI REPRESENTASI IDENTITAS DIRI YOUTUBER

VIDEO BLOG AS REPRESENTATION OF YOUTUBER IDENTITY

¹⁾Fatkhur Fadarman, ²⁾Fatkhur Rozi, ³⁾Choirul Fadlillah

^{1,2,3)}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Jl. Mojopahit 666b Sidoarjo
Email: fatkhurf@hotmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana penggunaan video blog dan identitas diri terhadap representasi identitas youtuber. Untuk mencapai tujuan tersebut maka peneliti menggunakan Teknik pengumpulan data melalui kuesioner atau angket dengan jumlah sampel sebanyak tiga puluh empat youtuber. Data diolah menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui sejauh mana pengaruh video blog dan identitas diri terhadap representasi identitas youtuber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penggunaan video blog tergolong dalam kategori baik ditinjau dari indikator khalayak, konteks dan media youtube. Identitas diri tergolong dalam kategori baik ditinjau dari indikator personal layer, enactment layer, relational dan communal. Representasi identitas tergolong dalam kategori cukup ditinjau dari indikator real life identity, pseudonymity dan anonimoty. Hasil penelitian dan uji hipotesis menunjukkan bahwa video blog dan identitas diri secara Bersama-sama berpengaruh terhadap representasi identitas youtuber. Secara parsial penggunaan video blog tidak berpengaruh secara signifikan terhadap representasi identitas youtuber sedangkan identitas diri berpengaruh secara signifikan terhadap representasi identitas youtuber.

Kata Kunci : *Representasi, Identitas, Youtube, Video Blog.*

ABSTRACT

This study aims to determine the extent to which the use of video blogs and identity of themselves to the representation of youtuber identity. To achieve these objectives, the researchers used data collection techniques through questionnaires with a total sample of thirty-four youtubers. The data is processed using multiple linear regression analysis to know how far the influence of blog video and identity to youtuber identity representation. The result of research indicates that the level of video blog usage is categorized either from audience indicator, context and youtube media. Identity itself belongs to the category either viewed from the indicator personal layer, enactment layer, relational and communal. Representation of identity belonging to the category is quite evaluated from the indicator of real life identity, pseudonymity and anonymity. The result of hypothesis research and test show that video blog and identity together Together influence to representation of youtuber identity. Partial use of video blog does not significantly influence to representation of youtuber identity while identity of self have significant influence to youtuber identity representation.

Keywords: *Representation. Identity, Youtube, Video Blog*

PENDAHULUAN

Identitas diri didapatkan melalui sebuah pengalaman yang dipelajari, kemudian pengalaman tersebut diceritakan kembali kepada orang lain setiap kali berkomunikasi, sehingga orang lain dapat menggambarkan identitas diri seseorang. Identitas merupakan penghubung utama individu dan masyarakat serta komunikasi mata rantai yang memperbolehkannya hubungan ini terjadi (Little john, 2014:131).

Pendapat Hect yang dikutip LittleJohn (2014) mengemukakan bahwa identitas mempunyai tahapan, tahapan pertama yaitu *personal layer*, yang terdiri dari rasa akan keberadaan diri dan sosial, tahapan kedua yaitu *enactment layer* atau pengetahuan orang lain tentang diri sendiri berdasarkan yang dilakukan dan bagaimana seseorang bertindak, tahapan ketiga yaitu *relational* atau siapa diri

seseorang dalam kaitannya dengan individu lain, yang keempat yaitu *communal*, yang diikat pada kelompok atau budaya yang lebih besar. Dalam berbagai tingkatan inilah seseorang dapat menggali identitasnya dan melakukan representasi.

Representasi adalah konsep yang digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia: dialog, tulisan, video, film, fotografi, dsb. Secara ringkas, representasi adalah produksi makna melalui bahasa (Hall, 1997:15). Bisa dikatakan identitas diri dapat direpresentasikan dalam suatu medium tertentu, tidak terbatas pada tatap muka dengan lawan bicara secara langsung. Sehingga cakupan khalayaknya lebih luas.

Jika dulunya merepresentasikan identitas diri hanya dengan medium tulisan, yaitu melalui blog, sekarang semua bergeser ketika Youtube hadir pada tahun 2005 dengan cara yang berbeda, jika *blog* hanya berupa tulisan, dalam Youtube dikenal dengan *video blog* atau *blog* dalam bentuk video. Sampai akhirnya Youtube memiliki lebih dari satu miliar pengguna (hampir sepertiga dari semua pengguna di internet) dan setiap hari orang – orang menonton ratusan juta jam video di Youtube dan menghasilkan miliar kali penayangan. Hingga Maret 2015, pembuat konten yang membuat film di Youtube telah memproduksi lebih dari 10.000 video dan telah menghasilkan lebih dari 1 miliar kali penayangan serta waktu tonton lebih dari 70 juta jam (<https://www.youtube.com/yt/press/id/statistics>), diakses pada 08 Januari 2017).

Konten kreator (youtuber) memiliki perbedaan dan ciri khas dalam berkarya sehingga membuat konten Youtube sangat bervariasi. Dalam sebuah riset Jean Burgess dan Joshua Green (2007:38), menggolongkannya ke dalam dua jenis, yakni konten video yang berasal dari pengguna amatir dan yang berasal dari perusahaan media. Dalam riset juga ditemukan bahwa mayoritas pengguna youtube adalah video blog.

Demam video blog mulai masuk Indonesia dan dibuktikan dengan semakin banyaknya *video blogger* yang berasal dari Indonesia dan berbicara menggunakan bahasa Indonesia. Mulai dari yang berasal dari kota besar hingga kota kecil dengan pembawaan yang berbeda beda. Mulai dari gaming, meliput kegiatan sehari-hari, film pendek, hingga video – video kontroversial. Dengan perbedaan inilah membuat para konten kreator atau yang biasa disebut youtuber memiliki ciri khas dalam merepresentasikan jati diri mereka.

Berdasarkan latar belakang masalah yang ditampilkan, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “sejauh manakah video blog berpengaruh terhadap representasi identitas diri youtuber.”

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis dan menjelaskan identitas youtuber melalui video blog dan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh video blog terhadap representasi identitas diri youtuber.

METODE

Penelitian eksplanatif ini menggunakan sampel sebanyak tiga puluh empat responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket yang didistribusikan ke youtuber dari masing masing daerah di Indonesia dengan teknik simple random probability sampling. Data yang terhimpun selanjutnya dikoding dan dianalisis dengan statistik deskriptif dan regresi linier berganda.

Hipotesis penelitian ini menyatakan bahwa “Penggunaan video blog dan identitas diri secara simultan dan partial berpengaruh positif terhadap representasi identitas youtuber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penggunaan Video Blog dan Identitas Diri

Responden penelitian ini adalah tiga puluh empat youtuber. Responden laki-laki sebanyak 27 youtuber dan perempuan sebanyak 8 youtuber. Dari aspek umur, responden berumur dibawah 19 tahun berjumlah 8 youtuber, 19 tahun sampai 25 tahun berjumlah 20 youtuber dan lebih dari 25 tahun berjumlah 6 youtuber. Adapun dari segi suku bangsa, responden dari Jawa berjumlah 15 youtuber,

responden dari Indonesia berjumlah 11 youtuber, responden dari Sunda berjumlah 4 youtuber, youtuber dari Dayak sebesar 1 youtuber dan dari Batak berjumlah 3 youtuber.

Tabel 1. Usia Responden

Jenis Kelamin	F	%
Laki – laki	26	76,47%
Perempuan	8	23,53%
TOTAL	34	100%

Tabel 2 Usia Responden

Usia (Tahun)	F	%
<19 Tahun	8	23,5%
19 Tahun – 25 tahun	20	58,8%
>25 Tahun	6	17,6%
TOTAL	34	100%

Tabel 3 Suku Bangsa Responden

Suku Bangsa	F	%
Jawa	15	44,12%
Indonesia	11	32,35%
Sunda	4	11,76%
Dayak	1	2,94%
Batak	3	8,83%
TOTAL	34	100%

Tingkat penggunaan video blog tergolong dalam kategori baik dengan persentase 73,99%. Dalam penggunaan video blog dengan indikator khalayak, youtuber mendapat respon yang positif dari penonton (44,17%). Merasa diapresiasi (55%) dan sangat sering mendapat *like* (44,11%). Dalam penggunaan konteks youtuber membuat video hanya sesuai keinginan hati (38%), menjaga kualitas konten dari SARA (61,76%) dan melibatkan tim dalam proses pembuatan video blog (60%). Dalam penggunaan media youtube, youtuber menggunakan youtube untuk berbagi video blog (73%).

Terkadang menempatkan youtube sebagai tempat mencari uang (44%). Namun sangat sering digunakan sebagai tempat menyalurkan karya (70%). Sangat sering mengenal orang baru di youtube (55%) dan menjadi dikenal oleh khayalak (70%).

Tingkat Identitas diri tergolong dalam kategori baik dengan persentase 65,71%. Dalam identitas diri dengan indikator *personal layer*, youtuber merasakan diterima oleh masyarakat ketika membuat video blog (62%), merasa bebas berekspresi (82%), diperlakukan cukup spesial oleh orang sekitar (50%). Dalam indikator *enactment layer*, khalayak cukup memahami identitas youtuber tersebut (52%), mendapat perlakuan berbeda karena seorang youtuber (52%). Dalam indikator *relational*, youtuber merasa membangun hubungan yang baik dengan youtuber lain (70,59%), sering belajar dari youtuber lain (76%) berbagi dengan youtuber lain (52%). Dalam indikator communal youtuber bergabung dalam komunitas youtube nasional (46%), namun tidak menghadiri workshop maupun seminar dalam negeri (47%), tidak pernah menyertakan terjemahan untuk video blognya (52,4%).

Tingkat Representasi Identitas dalam kategori cukup dengan presentase 55%. Dalam representasi identitas dengan indikator *real life identity*, identitas youtuber berbeda antara video blog dan dunia nyata (50,2%), Merasa tampil apa adanya (76%), bersikap sesuai tema video blog (74,70%). Dalam indikator *pseudonymity*, youtuber membuat video tidak pernah untuk menyenangkan orang lain (47%), berbohong atas kejadian di video blog (67%), tapi tidak pernah menutupi kenyataan dalam video blog (70%). Dalam indicator *anonimoty*, youtuber tidak pernah mempunyai 2 akun youtuber (69%), tidak pernah membuat video yang menyembunyikan identitasnya (55%), tidak pernah berdiskusi dengan akun anonim (67%)

2. Pengaruh video blog dan identitas diri terhadap representasi youtuber

Hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa penggunaan video blog dan identitas diri berpengaruh secara simultan atau parsial terhadap representasi identitas youtuber.

Tabel 4 Model Summary

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,596 ^a	,355	,313	6,930	1,980

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Menurut tabel 4 dapat dinyatakan penggunaan video blog dan identitas diri berpengaruh terhadap representasi identitas youtuber sebesar 31,3%. Sedangkan sisanya 68,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak menjadi fokus kajian ini. Pengaruh kedua variabel tersebut diperkuat oleh hasil uji F yang menunjukkan signifikansi F sebesar 0,000 ($0,000 < 0,005$).

Sedangkan secara partial, variabel yang berpengaruh terhadap representasi identitas adalah identitas diri dengan signifikansi t sebesar 0,00 ($0,00 < 0,05$). Sedangkan variabel penggunaan video blog (5,68) tidak berpengaruh terhadap representasi identitas youtuber

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan video blog (73,99%) dan identitas diri (65,71) berada dalam kategori baik dan representasi identitas youtuber (55%) dalam kategori cukup. Penggunaan video blog dan identitas diri secara simultan atau bersama sama berpengaruh signifikan terhadap representasi identitas. Sedangkan secara partial, variabel yang berpengaruh terhadap

representasi identitas adalah identitas diri dengan signifikansi t sebesar 0,00 ($0,00 < 0,05$). Sedangkan variabel penggunaan video blog (5,68) tidak berpengaruh terhadap representasi identitas youtuber.

Dari hasil penelitian, maka peneliti perlu memberi saran untuk peneliti selanjutnya dapat dijadikan rujukan dalam melakukan penelitian selanjutnya mengenai penggunaan video blog dan identitas diri terhadap representasi identitas dengan menambahkan variabel lain yang berkontribusi pada representasi identitas. Untuk youtuber supaya membentuk identitas dalam video blog sangat diperlukan untuk membedakan identitas youtuber satu dengan yang lainnya, sehingga meningkatkan pengetahuan orang lain terhadap identitas yang kita miliki dan diharapkan dapat meningkatkan jumlah penonton. Untuk youtuber baru diharapkan mulai mencoba konten-konten lain sampai menemukan formula yang terbaik untuk merepresentasikan identitasnya di youtube.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, O. L. (2015). Representasi Kecantikan Perempuan Pada Iklan Dove pada Versi "Real Beauty Sketches" di Situs Youtube. *Jurnal Commonline Departemen Komunikasi*, 04(01), 1-11.
- Balqis, D. R. (2015). Video Blog sebagai medium presentasi diri anak muda. *Electronic Theses and Dissertations*.
- Burges, J. a. (2009). *Youtube : Digital Media and Society Series*. Cambridge: Polity Press.
- Littlejohn, S. W., & Karen A. Foss. (2014). *Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber*. Jakarta: Kencana.
- Pratiwi, I. (2017). Motivasi Penggunaan dan Kepuasan Menonton Vlog. *Pusat Dokumentasi dan Informasi Ilmiah UNS*.
- Setiawan, H. (2017). Representasi Identitas Dalam Media Sosial (Analisis Semiotika Identitas Presiden Joko Widodo Dalam Video Blog (Vlog) Kaesang Pilok #3, 4, Dan 22 Di Youtube). *UMY Repository*.
- Soraya Fadal, L. N. (2012). Identifikasi Identitas Kaum Muda di Tengah Media Digital. *Jurnal Al-Azhar Indonesia*, 01(03), 176-200.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
<http://beritagar.id/artikel-amp/gaya-hidup/karakteristik-akun-youtube-di-indonesia> (diakses pada 29 Juni 2018)